

8. Ильин И. А. Что такое искусство. Сергею Васильевичу Рахманинову / И. А. Ильин // Собрание сочинений: в 10 томах. Москва: Русская книга, 1996. Т. 6, кн. 2. С. 317–326.

9. Ильин И. А. Что такое художественность. Николаю Карловичу Метнеру / И. А. Ильин // Собрание сочинений: в 10 томах. Москва: Русская книга, 1996. Т. 6, кн. 2. С. 327–333.

УДК 687.5.01:7041

С. И. Егорова, А. А. Бобрихин

S. I. Egorova, A. A. Bobrikhin

## Красота и нормативная внешность в условиях глобализации

### Beauty and standard appearance under globalization

***Аннотация.** Рассматриваются вопросы восприятия нормативной внешности в условиях глобализации культуры, а также поднимается вопрос о соотношении внешности и культурной идентичности в контексте глобализирующих процессов.*

***Abstract.** This article deals with the perception of normative appearance in the conditions of culture globalization, and raises the question of the relationship between appearance and cultural identity in the context of globalizing processes.*

***Ключевые слова:** глобализация, идентичность, стандарты красоты, мультикультурализм.*

***Keywords:** globalization, identity, beauty standards, multiculturalism.*

Представление об эталонной человеческой внешности существовало во всех культурах на протяжении всей истории человечества. Восприятие внешности как нормативной и привлекательной имеет связь не столько с биологическими, сколько с социальными факторами. Окультуренное, одетое и специфически измененное человеческое тело отражает социальное, культурное, экономическое положение общества. Соответственно, общественные изменения порождают новые эталоны и ориентиры. Изменение канона красоты в эпоху глобализации, когда размываются этнические, национальные и территориальные границы, влечет за собой множество общечеловеческих проблем.

На фоне необозримого числа исследований в области глобализации, в том числе и касающихся культуры, вопрос о канонах красоты рассматривается в публицистических интернет-изданиях, но мало освещен в научных исследованиях. Крупных русскоязычных исследований на эту тему практически нет, за исключением выдержек из работы этолога М. Л. Бутовской. Однако данная тема актуальна в силу того, что затрагивает интересы каждого индивидуума, вовлеченного в процессы глобализации.

В своей работе М. Л. Бутовская пишет: «Интенсификация контактов между далекими друг от друга культурами, развитие средств связи, массовая культура и колоссальное влияние западной культуры в странах Азии, Африки и Латинской Америки повлекли за собой, к несчастью, и тенденцию к глобализации (универсализации) канонов женской красоты» [2]. Стоит подчеркнуть, что это не просто распространение одного общего эталона внешности — это насаждение «западного» стандарта красоты.

Так, например, сегодня в мире происходит огромное количество операций по удалению эпикантуса и процедур по отбеливанию кожи, попыток изменения пропорций лица и тела в соответствии с антропологически чуждым идеалом. В мировых медиа, глянцевого журналах и в модной индустрии наиболее распространена европейская внешность, в то время как презентация внешности неевропейского типа носит специфический характер. Как правило, применяется ретушь — нивелирование выраженных расовых признаков (цвета кожи, разреза глаз). Например, кожа голливудских актрис и актеров афроамериканского происхождения высветляется до состояния легкого загара [7], корректируется строение тела, характерное для латиноамериканок. В ряде случаев появление в медиа людей с ярко выраженной расовой принадлежностью — вызов общепринятым стандартам красоты, призыв к толерантности, эпатаж (например, показ коллекции модельера Рика Оуэнса в 2014 г., фотопроекты с участием людей, рожденных в межэтнических браках). Таким же образом происходит участие в медиа и людей с инвалидностью или перенесших операции по смене пола.

Нормализованная внешность должна соответствовать гендерным стереотипам и включать в себя не только набор определенных элементов (частей тела), но и ряд определенных расовых черт. Даже в ситуации борьбы с расистскими представлениями неевропейская внешность не расценивается как «нормативно» красивая — только как «альтернативно» красивая.

Соответственно, чем более европеизирован внешне человек, тем он более соответствует представлению о «нормальном» человеке и даже о «человеке вообще». Общепринятыми становятся европейское представление о красоте, европейская манера одеваться, стремление выглядеть соответствующим «нормативным» образом. Истоки этого явления — в исторически сложившемся представлении об успешности европейцев и белых американцев. Мода на европеизацию внешности (как и любая мода) базируется на стремлении людей к идентификации с представителями привилегированной группы через некие внешние признаки [4, с. 15]. И даже экономические факторы перестают играть значительную роль. Так, например, несмотря на успешность азиатских стран на мировом рынке, их жители подражают европейцам.

В условиях глобализации возникает противоречие между декларируемым расширением индивидуальной свободы, в том числе в выборе страны проживания и культурных ориентиров, и определением единого стандарта внешности, неадекватного расовой принадлежности статистического большинства.

Здесь можно говорить не о субъективной привлекательности, а о проблеме социокультурного характера. Культ евростандартизированной красоты имеет отношение к двум специфическим вопросам, о которых говорят исследователи процессов глобализации. Во-первых, это угроза унификации культуры по базисному образцу, т. е. вестернизации (от англ. «western» — западный). На этот факт указывают многие исследователи. Так, например, социолог П. Бергер пишет: «Безусловно, есть зарождающаяся глобальная культура, и она по своему происхождению и содержанию, безусловно, американская. <...> Это преобладающая тенденция, которая проявляется и, вероятно, будет проявляться в обозримом будущем» [1, с. 9]. Во-вторых, противоречия национально-культурной идентичности в условиях глобализации.

Необходимо отметить, что проблема сохранения национальных культур активно решается мировым сообществом. Меры по распространению политики мультикультурализма и сохранению национального культурного наследия направлены на поддержание и изучение ремесел, обычаев, памятников культуры. Так, декларация тысячелетия Организации Объединенных Наций (ООН) гласит, что следует активно поощрять культуру мира и диалог между всеми цивилизациями [3]. Однако попытки сохранения разнообразия культур на межгосударственном уровне никак не учитывают презентации ев-

ропейской и европеизированной внешности, т. е. образа человека европеоидной (или смешанной, где доминирует европеоидная) расы в качестве абсолютной нормы, не учитывают визуализации «глобальной» идентичности.

Для глобальной массовой культуры национальная культура существует как экзотика — так же, как присутствие темнокожей или азиатской модели на подиуме расценивается как экзотическая «изюминка» или эпатажное высказывание дизайнера. Проникновение элементов национальной культуры в западную нередко носит характер культурной апроприации, бездумного присвоения ради эпатажа, экзотики, демонстрации толерантного отношения, не имеющих отношения к реальной равноценности культур.

Собственно, соотношение национально-культурной идентичности и стремление к европеизации внешности принимает форму осязаемого противоречия. Потребитель выбирает в качестве ориентира европейский стандарт красоты вне зависимости от своего отношения к собственному этническому происхождению. Удаление эпикантуса и отбеливание кожи — не отказ от национальной и культурной принадлежности; ретушь в журнальных фотографиях не является попыткой скрыть афроамериканскую внешность; ношение одежды, спроектированной европейскими и американскими дизайнерами и не имеющей отношения к национальному костюму, — не потеря осознания себя как китайца, эфиопа, тайца и др. Социологи освещают такое явление, как «фаст-фудизация одежды» — ношение одежды западного образца якобы в силу простоты ее эксплуатации, а не осознанного стремления к западной культуре (это явление писатель Тамоцу Аоки описывает применительно к культурной ситуации в Японии в условиях глобализации) [6, с. 82]. Однако применительно к вопросам взаимодействия глобальной и локальных культур исследователь П. Бергер делит потребление продуктов массовой культуры на «причастное» и «непричастное», и выбор человека (пусть и не вполне осознанный) определенного образца внешности для себя можно рассматривать как пример «причастного» потребления [1, с. 14]. Все эти действия по европеизации внешности, как и любая мода, — попытка «встраивания» себя в общепринятый культурный эталон, интеграции в общество, в данном случае — глобальное общество.

Каноны красоты, образ тела и эстетические нормы внешности претерпевают те же проблемы, что и культура в целом, однако удостоиваются меньшего внимания со стороны общественных организаций.

На сегодняшний день попытки разрешить противоречие распространения единого стандарта красоты в мультикультурной среде совершаются независимыми медиа, современными интернет-изданиями, деятелями культуры и модной индустрии. Например, интернет-журнал «Wonderzine» в специальном выпуске «Красота тела» поднимает тревожащий вопрос евро-стандарта красоты, увязывая его с социокультурными процессами и говоря о том, что официально заявленные мультикультурными белыми общества продолжают закрываться от стороннего влияния. Авторы выпуска цитируют слова дизайнера Айрис Апфель: «В обществе, где есть один стандарт красоты, что-то не так с культурой» [5].

Распространение единого стандарта красоты порождает не только волну депрессий, но и всевозможные предубеждения, настороженное отношение к «другому», уже неадекватное современному развитию общества. Если мы хотим достичь гармонично развивающегося глобального общества, объединения человечества в сообщество, обеспечивающее развитие каждого из его представителей, восприятие красоты должно становиться максимально разнообразным, одухотворенным, индивидуализированным, индивидуализирующим и творческим.

### ***Список литературы***

1. Бергер П. Культурная динамика глобализации / П. Бергер // Многоликая глобализация / под ред. П. Бергера, С. Хантингтона. Москва: Аспект Пресс, 2004. С. 8–26.

2. Бутовская М. Л. Глобализация идеалов красоты и этнокультурная специфика [Электронный ресурс] / М. Л. Бутовская. Режим доступа: <http://shurem.ru/index.php>.

3. Декларация тысячелетия Организации Объединенных Наций [Электронный ресурс] // Официальный сайт Организации Объединенных Наций. Режим доступа: <http://daccess-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N00/559/53/PDF/N0055953.pdf>.

4. Килошенко М. И. Психология моды / М. И. Килошенко. Москва: Оникс, 2006. 320 с.

5. Красота тела [Электронный ресурс] / под ред. О. Р. Стаховской. Режим доступа: <http://www.wonderzine.com/wonderzine/life/life/198481-diversity-issue>.

6. Тамоцу А. Некоторые аспекты глобализации в современной Японии / А. Тамоцу // Многоликая глобализация / под ред. П. Бергера, С. Хантингтона. Москва: Аспект Пресс, 2004. С. 77–97.

7. Abdullah T. Skin Lightening, Racial Identity & Beauty Standards: Stop the Madness! [Electronic resource] / T. Abdullah. Access mode: <http://feminspire.com/skin-lightening-racial-identity-and-societal-beauty-standards-stop-the-madness/>.

УДК 7.037:687.5.01

Е. О. Запрудина, А. Б. Костерина

E. O. Zaprudina, A. B. Kosterina

## Влияние стиля арт-деко на моду

### The influence of art deco style on fashion

**Аннотация.** Рассмотрено влияние стиля арт-деко на моду в одежде, прическах, макияже, а также на развитие моды театра и различных художественных направлений, таких как кубизм, конструктивизм, футуризм, фовизм.

**Abstract.** The article discusses the impact of art deco on fashion in clothes, hairstyles, make-up as well as on the development of style and fashion of theatre and various art movements such as cubism, constructivism, futurism, Fauvism.

**Ключевые слова:** арт-деко, стиль, мода, дизайн, искусство, театр, «Русские сезоны», кубизм, фовизм, смешение.

**Keywords:** art deco, style, fashion, design, art, theatre, «Russian seasons», cubism, fauvism, mixture.

Сегодня ни для кого не секрет, что мода циклична — новые силуэты и формы повторяются через определенный промежуток времени. На каждом новом витке спирали моды возрождается что-то из забытого старого, но уже в новом ключе, с иным содержанием, другими элементами, фактурами, дополнениями, колористическими решениями. Обращаясь к XXI в., можно сказать, что это время ретро: за неполных четырнадцать лет повторилось все, включая моду 90-х гг. XX в., которую, казалось бы, еще не ус-